

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2002) desain penelitian merupakan serangkaian proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif komparatif, yakni jenis penelitian yang bertujuan membandingkannya dengan melihat persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan hasil temuan antar kategori subjek. Kemudian mendeskripsikan secara sistematis sifat-sifat atau gejala-gejala dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan fakta-fakta mengenai variabel yang ditemukan pada masing-masing subjek dalam penelitian ini yaitu tipe kepribadian pada pengguna jejaring sosial.

B. Identifikasi Variable Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan karakteristik kepribadian pada pengguna jejaring sosial, oleh sebab itu kepribadian sebagai variable mandiri.

C. Defenisi operasional Variabel Penelian

1. Pengertian Tipe Kepribadian *Big Five*

Tipe kepribadian yang dimaksud adalah tipe kepribadian *big five*. Kepribadian *big five* terdiri dari lima dimensi, yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, *openness to experience*. Jadi kepribadian *big five* adalah perilaku seseorang yang menunjukkan

seseorang yang semangat, ramah, bertanggung jawab, sensitive dan juga kreatif.

Adapun dimensi-dimensi dan indikator yang diukur dalam kepribadian *big five* adalah sebagai berikut :

a) *Extraversion*

Adalah perilaku seseorang yang suka banyak bicara, suka bersosialisasi, suka berpetualang, dan suka tampil didepan umum.

b) *Agreeableness*

Adalah perilaku seseorang suka santai, suka kooperatif dan selalu merasa nyaman.

c) *Conscientiousness*

Adalah perilaku seseorang yang bertanggung jawab, pantang menyerah, tegas, rapi dan juga disiplin.

d) *Neuroticisme*

Adalah perilaku seseorang yang mudah cemas, kurang mampu mengontrol dorongan, suka merasakan emosi negatif, mudah merasa bersalah, mudah benci kepada orang lain atau kepada suatu hal, dan mudah merasakan penolakan

e) *Openness experience*

Adalah perilaku seseorang yang selalu dipenuhi rasa ingin tahu, memiliki imajinatif yang bagus, selalu mempertanyakan segala hal, dan juga kreatif.

2. Jejaring Sosial

Jejaring Sosial adalah alat atau program komputerisasi yang mampu membantu orang-orang yang menggunakannya untuk mencari informasi yang di butuhkan dalam waktu yang singkat. Membuat jarak menjadi dekat dan juga menjadi gudang ilmu. Jejaring sosial yang peneliti maksud adalah *Facebook* dan *Twitter*. Kenapa peneliti menggunakan *Facebook* dan *Twitter*? Karena setiap tahun perkembangan *Facebook* dan *Twitter* semakin meningkat dan penggunaanya semakin bertambah. Juga karena banyaknya fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat yang bermula dari *Facebook*, seperti halnya pemerkosaan.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Azwar (2010) populasi merupakan kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik yang sama yang dapat membedakannya dari kelompok subjek yang lain. Menurut Sugiyono (2009) populasi merupakan wilayah generalisasi yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi penelitian bukan hanya sekedar sejumlah banyak orang saja, melainkan meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut. Ciri yang dimaksud tidak terbatas hanya sebagai cirri lokasi akan tetapi dapat terdiri dari karakteristik-karakteristik individu.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial angkatan 2013. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1.430 orang. Karakteristik jejaring sosial antara lain *Facebook* dan *Twitter*. Aplikasi yang terdapat pada *Facebook* adalah: Beranda, Profil Pengguna, Pemberitahuan, Perpesanan, Suka dan tidak suka, Foto, Group, Chat. Sedangkan pada *Twitter* terdapat aplikasi Beranda, Tweet, Profil Pengguna, *Connecting* atau percakapan singkat, Pencarian Teman.

2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2009) berpendapat bahwa sampel merupakan sejumlah subjek yang dapat mewakili populasi yang jumlahnya lebih banyak. Besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Arikunto (2008) apabila kurang dari 100 lebih baik semua subjek diambil, jika jumlah subjeknya lebih dari 100 atau lebih besar diambil antara 10-15 % atau 20-25% dari populasi. Sampel dalam penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau angkatan tahun 2013 dan berjumlah 143 orang, terdiri dari 60 orang laki-laki dan 83 orang perempuan. Jumlah 143 tersebut diambil dari 10% dari jumlah populasi. Subjek yang digunakan peneliti adalah mahasiswa yang aktif dalam menggunakan *Facebook* dan *Twitter*.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling* yang oleh Arikunto (2010) yakni pengambilan sampel berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian dengan mempertimbangkan kriteria

dan ciri-ciri yang erat hubungannya dengan populasi yang akan diteliti. *Purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Sangadji, M.E & Sopiah, 2010). Tujuan penggunaan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan) agar diperoleh subyek yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini. Subyek pada penelitian ini adalah pengguna aktif *Facebook* dan *Twitter*. Tujuan peneliti menggunakan subyek tersebut adalah untuk memperoleh hasil yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dengan menggunakan instrumen pengumpulan data. Instrumen data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala dan angket psikologi, yaitu skala kepribadian *big five* yang digunakan untuk mengungkap perilaku pengguna jejaring sosial.

a. Skala Kepribadian *Big Five*

Dari lima faktor didalam kepribadian *big five*, masing dimensi terdiri dari beberapa *facet*. *Facet* merupakan trait yang lebih spesifik dari lima faktor besar tersebut. Komponen dari kepribadian *big five* factor tersebut menurut NEO PI-R yang dikembangkan Costa & McRae (Wade & Travis dalam Mirdani, 2013). Berikut ini skala kepribadian *big five* yang diadaptasi dari *international personality item pool (IPIP)*. IPIP website merupakan usaha secara internasional untuk mengembangkan sebuah set inventori kepribadian yang berasal dari aitem-aitem domain

public dan skala tersebut dapat digunakan untuk tujuan ilmiah. Berikut ini *Blue Print* skala kepribadian *Big five* dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 1
Blue Print Skala Baku Kepribadian Big Five

No	Aspek	Indicator	No Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	<i>Extraversion</i>	Menggambarkan apakah seseorang itu penuh semangat, antusias, dominan, ramah, dan komunikatif,	1,11,21,31,41	6,16,26,36,46	10
2	<i>Agreeableness</i>	Memberikan gambaran apakah seseorang itu ramah, kooperatif, mudah percaya dan hangat	7,17,27,37,42,47	2,12,22,32	10
3	<i>Conscientiousness</i>	Memberikan gambaran apakah seseorang itu berhati-hati, dapat diandalkan, teratur dan bertanggung jawab	3,13,23,33,43,48	8,18,28,38	10
4	<i>Neuroticism</i>	Menggambarkan tingkat kecemasan seseorang, cenderung gugup, sensitive, dan kebencian dan penolakan	9,19	4,14,24,29,34,39,44,49	10
5	<i>Openness</i>	Menggambarkan apakah seseorang dipenuhi rasa ingin tahu, imajinatif, menyenangkan dan artistic	5,15,25,35,40,45,50	10,20,30	10
Total			26	24	50

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan variable yang diteliti, maka digunakan skala psikologi. Skala psikologi dalam penelitian ini yaitu

skala kepribadian *big five* yang diadaptasi. Skala kepribadian *big five* kemudian diterjemahkan dalam bentuk lima alternatif jawaban.

Skala ini terdiri atas pernyataan yang berkaitan dengan kepribadian *big five*. Pada skala likert ini mempunyai sifat *favorable*, pernyataan yang mendukung pada subyek, dengan format skor sangat sesuai (SS) 5, sesuai (S) 4, netral (N) 3, tidak sesuai (TS) 2, sangat tidak sesuai (STS) 1, dan sifat *unfavorable* yaitu pernyataan yang tidak mendukung pada subyek, dengan format skor sangat sesuai (SS) 1, sesuai (S) 2, netral (N) 3, tidak sesuai 4, sangat tidak sesuai 5. Penilaian secara jelas dirincikan dalam table berikut :

Alternative jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai (SS)	5	1
Sesuai (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

b. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba dilakukan guna melihat kekuatan alat ukur dalam mengukur variabel yang diteliti. Yaitu dengan melihat daya diskriminasi alat ukur yang berarti sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atribut alat yang diukur atau tidak. Salah satu caranya menurut Azwar (2012) yaitu melihat nilai koefisian

korelasi aitem total (rix). Uji coba alat ukur penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Uin Suska Riau dengan jumlah subjek sebanyak 50 orang. Uji coba alat ukur ini di berikan tanggal 1 Maret 2014.

Penelitian ini sendiri memilih ketentuan koefisien korelasi aitem yang diterima adalah 0,25. Sehingga aitem yang mendapat nilai koefisien korelasi $< 0,25$ akan dinyatakan gugur. Sementara aitem yang memiliki nilai koefisien korelasi tinggi yaitu sama dengan atau lebih besar dari 0,25 akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2

Blue Print Skala Big Five Sebelum Uji coba (Try Out)

No	Aspek	No Aitem		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Extraversion</i>	1,11,21,31,41	6,16,26,36,46	10
2	<i>Agreeableness</i>	7,17,27,37,42,47	2,12,22,32	10
3	<i>Conscientiousness</i>	3,13,23,33,43,48	8,18,28,38	10
4	<i>Neuroticism</i>	9,19	4,14,24,29,34,39,44,49	10
5	<i>Openness</i>	5,15,25,35,40,45,50	10,20,30	10
Total		26	24	50

Uji coba dilakukan dengan sampel sebanyak 50 subjek mahasiswa pengguna aktif jejaring sosial. Analisis uji coba menunjukkan nilai koefisien korelasi masing-masing aitem berkisar dari 0,256-0,546. Dari

hasil uji realibilitas ini diperoleh 22 aitem yang diterima dan 28 aitem dinyatakan gugur. Lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 3
Blue Print Skala Big Five setelah Uji Coba (Try Out)

N o	Aspek	Aitem Diterima		Aitem Gugur		Jumlah Aitem
		F	UF	F	UF	
1	<i>Extraversion</i>	1,11,21,4 1	-	31	6,16,26,36,4 6	10
2	<i>Agreeableness</i>	7,27,42,4 7	12,22	17,37	2,32	10
3	<i>Conscientiousness</i>	3,43	8,28	13,23,33,4 8	18,38	10
4	<i>Neuroticism</i>	-	4,14,24,4 4	9,19	29,34,39,49	10
5	<i>Openness</i>	5,45,50	30	15,25,35,4 0	10,20	10
Total		13	9	13	15	50

Seperti yang terlihat pada tabel 3, diketahui bahwa dari 50 aitem setelah diuji cobakan sehingga diperoleh 22 aitem yang memenuhi koefisien korelasi aitem total 0,25, sedangkan sisanya berjumlah 28 aitem dianggap gugur dan tidak dimasukkan ke dalam skala penelitian. Peneliti menggunakan 22 aitem yang lulus seleksi tersebut untuk skala penelitian. Lebih jelasnya dapat dilihat pada *blue print* skala kepribadian *Big Five* yang disajikan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4***Blue Print Skalan Big Five Untuk Penelitian***

No	Aspek	Aitem Diterima		Jumlah Aitem
		F	UF	
1	<i>Extraversion</i>	1,11,21,41	-	4
2	<i>Agreeableness</i>	7,27,42,47	12,22	6
3	<i>Conscientiousness</i>	3,43	8,28	4
4	<i>Neuroticism</i>	-	4,14,24,44	4
5	<i>Openness</i>	5,45,50	30	4
Total		13	9	22

c. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2010). Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2009).

Dalam penelitian ini, validitas yang digunakan peneliti adalah validitas isi, yaitu validitas yang menunjukkan sejauhmana aitem-aitem dalam skala mencakup keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur oleh skala itu (Azwar, 2010). Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat pengukuran terhadap isi tes dengan analisis rasional atau *professional judgement*. Validitas isi tidak saja menunjukkan bahwa tes tersebut komprehensif isinya, akan tetapi harus pula memuat hanya isi yang relevan dan tidak keluar dari batasan tujuan ukur (Azwar, 2010).

Professional judgement dilakukan oleh dosen pembimbing dan narasumber.

d. Uji Beda

Daya beda aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar,2012). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik Uji Perbedaan *Independent T tes* yaitu: membandingkan dua kelompok yang saling bebas atau tidak terikat satu sama lain.

e. Reliabilitas

Reliabilitas artinya ialah konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran karena pengukuran yang tidak reliabel akan menghasilkan skor yang tidak dipercaya. Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada pada rentang 0 sampai dengan 1,00. Menurut Azwar (2004) reliabilitas tes dikatakan sempurna jika koefisien $p = 1,00$. Semakin mendekati 1,00 maka pengukuran dapat dikatakan reliabel, sementara semakin mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa pengukuran tidak reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik SPSS 16 *for windows*. Yakni melalui analisis reliabilitas *Cronbach's Alpha* yaitu sebesar 0.684.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan *statistic for windows* SPSS 16,00 dan didapatkan hasil *reliability statistic*

cronbach's alpha sebesar 0,684. Hal ini membuktikan bahwa nilai reliabilitas penelitian pada kepribadian *big five* yang diuji mendekati nilai 1,00. Artinya alat ukur dalam penelitian ini mampu mengukur variabel penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Cara yang digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh adalah analisis statistic yang digunakan untuk menguji hipotesis. Namun sebelum dilakukan analisis uji beda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas.

Uji Normalitas dilakukan melalui uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan kriteria data berdistribusi normal apabila nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* mendapatkan nilai $p > 0,05$. Untuk menguji tipe kepribadian dilakukan uji *Leven's Test*. Test perlu dilakukan karena untuk mengetahui ada perbedaan atau persamaan tipe kepribadian pada pengguna jejaring sosial. Dalam perhitungan ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16 for windows.